

**PENGARUH PSIKOLOGIS DAN DAYA TARIK IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Air Mineral “Le Minerale” di Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

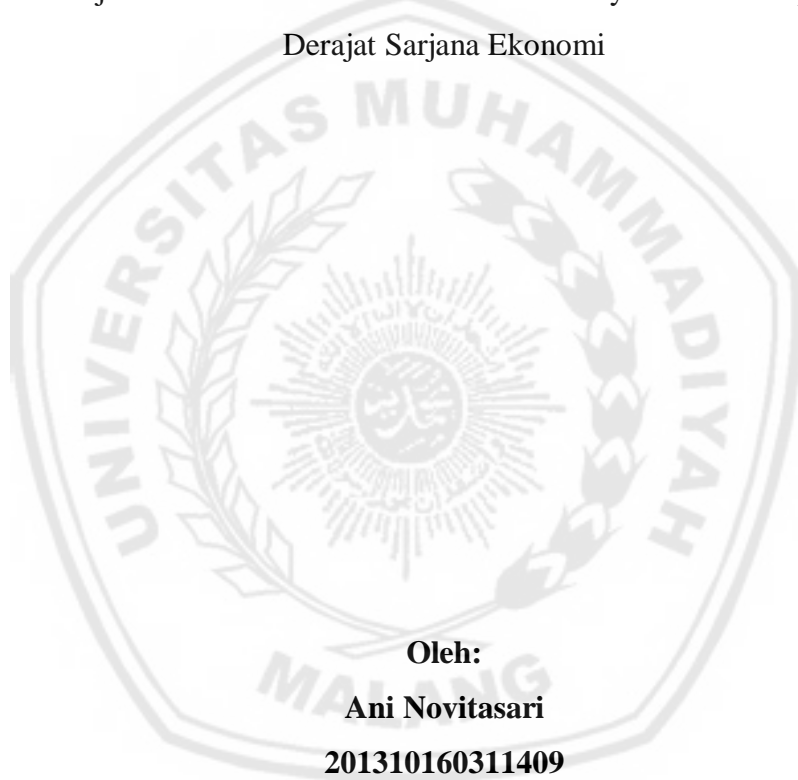
**Ani Novitasari
201310160311409**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2017**

**PENGARUH PSIKOLOGIS DAN DAYA TARIK IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Air Mineral “Le Minerale” di Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

Ani Novitasari

201310160311409

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2017

SKRIPSI
PENGARUH PSIKOLOGIS DAN DAYA TARIK IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Air Mineral “Le Minerale” di Kota Malang)

Oleh:

Ani Novitasari
201310160311409

Diterima dan disetujui
Pada tanggal.....

Pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Marsudi, M.Si

Dra.Sri Nastiti Andharini, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PSIKOLOGIS DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Konsumen Air Mineral “Le Minerale” di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ani Novitasari

NIM : 201310160311409

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji ;

Penguji I : 1

Penguji II : 2

Penguji III : 3

Penguji IV : 4

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Prodi Manajemen

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. H. Marsudi, M.Si.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Batasan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10

BAB II. LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	11
B. Tinjauan Teori	13
C. Kerangka Penelitian	22
D. Hipotesis	23

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian	25
B. Jenis Penelitian	25
C. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel	26
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
E. Jenis dan Sumber Data	29
F. Teknik Pengumpulan dan Penskalaan Data	30
G. Uji Instrumen Data	32
H. Teknik Analisis Data	35
I. Pengujian Hipotesis	38

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Karakteristik Responden.....	42
C. Hasil Uji Instrumen	45
D. Hasil Analisis Rentang Skala	47
E. Hasil Analisis Data	52
F. Pembahasan.....	59

BAB V. PENUTUP

A. Simpulan	61
B. Keterbatasan Penelitian	62
C. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA	64
-----------------------------	----

LAMPIRAN	68
-----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuesioner.....	68
Lampiran 2	Karakteristik Responden	72
Lampiran 3	Skor Responden	73
Lampiran 4	Hasil Rentang Skala	80
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	82
Lampiran 6	Tabel r untuk melihat hasil uji rliabilitas	86
Lampiran 7	Hasil Regresi Logistik.....	92



DAFTAR PUSTAKA

- Afiani ,Lia dan Nawazirul Lubis, Andi Wijayanto. 2014, *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Multilevel Marketing*, Diponegoro Journal of Social and Politics, 3(2), 1-7.
- Andri, Irda, dan Mukhtar, Yulihar. 2015. *Pengaruh Faktor Psikologis dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian*. E-Jurnal Bunghatta, Vol 6, No 2.
- Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Cetakan Kesembilan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, H. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action*. New York: PWS-KENT Publishing Company.
- Bearden, William O., Ingram, Thomas N., and LaForge, Raymond W, 2007. *Marketing Management: Knowledge and Skills*, International Edition. McGraw-Hill. New York.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BPFE-UNDIP.
- Gabriel, Kottasz and Bennett (2006), “Advertising Palnning, Ad-agency Use of Advertising Models, andThe Academic Practioner Divide”, Marketing Intelligence and Planing, Vol. 24, No. 5, Pg. 506-527.
- Goenadhi, Lydia. 2011. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin*. Jurnal Manajemen dan Akutansi, Vol. 12, No.2.
- Ghoni, Abdul dan Bodroastuti, Tri. 2012. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen* . Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis, Vol.1 No.1.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro..
- Guenes, M., De Pelsmacker, P., (1998). *Feelings evoked by warm, erotic, humorous or non-emotional print advertisements for alcoholic beverages*. Academy of Marketing Science Review 19, 1-32.

- Hidayat. 2011. *Pengaruh Economic Value Added, Market Share dan Earning Per Share Terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Jenis Consumer Goods di Bursa Efek Indonesia 2004-2007)*. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil (Volume 1, Nomor 01, April 2011, ISSN: 2088-9607).
- Indriantoro dan Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian untuk Akuntansi dan Manajemen*, cetakan kedua, BPFE Yogyakarta.
- Ikasari, Ajeng Utami dan Sri Suryoko, Sendhang Nurseto. 2013. *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan*. Diponegoro Journal Of Social and Politic. Hal: 1 – 8.
- Indriyo Gitosudarmo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE – Yogyakarta.
- Javalgi, R.G., Thomas, E.G. & Rao, S.R. (1992) *Consumer behavior in the US travel marketplace: an analysis of senior and non-senior travellers*. Journal of Travel Research, 31, 14 19.
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi 6, Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kuen-Hee, 1991. *Content dimensions of Web advertising: a cross-national comparison*. International journal of advertising (Volume 18, 1991- issue 2).
- Marhaini, 2008. *Analisis Prilaku Konsumen dalam pembelian Komputer MerkAcer*. Jurnal : Manajemen Bisnis, Volume 1, Nomor 3 September 2008.
- Maleke, Cindy Liffie. 2013. *Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Gemini Pada PT. Megamitra Makmur Sejahtera*. Jurnal Emba, Vol.1 No.3, Hal: 551-561.
- Malhotra, Naresh K. 2005. *Riset Pasar*, Jilid 2 Edisi Keempat. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Mangkunegara, Prabu, Anwar. 2000. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Refika Aditama.

- Martopo, Aditya Sulis. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Daya Tarik Ilan Terhadap Keputusan Pembelianpada Produk Jamu Tolak Angin PT.Sido Muncul*. Skripsi. Universitas Negri Yogyakarta.
- Noviyarto, Handy. 2010. *Pengaruh Perilaku Konsumen Mobile Internet terhadap Keputusan Pembelian Paket Layanan Data Unlimited Internet CDMA di DKI Jakarta*. *InComTech, Jurnal Telekomunikasi dan Komputer*, Vol. 1, No. 2, Hal. 107-129.
- Peter, J Paul dan Olson. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Raharjani, J., (2005), *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)*, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol.2 No.1, Januari 2005.
- Saputra, Rico dan Samuel Hantae. 2013. *Analisis Pengaruh Motivasi, Presepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil daihatsu Xenia Di Sidoarjo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1.
- Setyo Ferry dan Maya Puspita. 2012. *Pengaruh iklan dan harga terhadap keputusan pembeliansabun lux (survei pada pengunjung mega bekasi hypermall*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Universitas Negeri Jakarta. Vol. 3. No. 1.
- Shimp, Terence A.2000.*Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*.Terjemahan oleh : Revyani Sjahrial, S.E. dan Dyah Anikasari,S.Sos.2003.Jakarta: Erlangga.
- Singarimbun Masri dan Effendi Sofyan. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : LP3ES.
- Singarimbun, dan Effendi, 2003. *Metode Penelitian Survey*, Cetakan Kedua, Penerbit PT. Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundalangi, Mandey dan Jorie. 2014. *Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado*. Manado: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas SamRatulangi. *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.1 Maret, 313-324.

- Tompunu, Merna. 2014. *Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di KFC Bahu Mall Manado*, Vol.2, No.3, pp:610-621.
- Wahyuni, Dewi Urip. (2008). *Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Surabaya Barat*. Diakses pada 17 Agustus, 2011.
- Wells, Burnett, dan Moriarty. (1995), *Advertising: Principles and Practice*, 7th, Prentice Hal, New Jersey.
- Wibowo dan Karimah. 2012. *Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall)*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol. 3, No. 1, 2012.
- Widayat, 2004. *Riset Bisnis*. Edisi 1. Malang: CV. Cahaya Press.
- Widiyanto, Joko. 2010. *SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Surakarta. BP-FKIP UMS.
- Wiyono, G. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.